

**PLEC TÈCNIC DE LICITACIÓ PER A LA CONTRACTACIÓ DE L'HOMOLOGACIÓ DE
PROVEÏDORS DE PROVEÏDORS PER A LA PRESTACIÓ DELS SERVEIS D'ESTRATÈGIA
DE COMUNICACIÓ CORPORATIVA, INTERNA, RELACIÓ AMB ELS MITJANS I
PRODUCCIONS AUDIOVISUALS**

1.- INTRODUCCIÓ

Barcelona de Serveis Municipals, S.A. (BSM) és una societat anònima participada al 100% per l'Ajuntament de Barcelona. La nostra prioritat és proporcionar serveis de qualitat als ciutadans i clients en àmbits com la mobilitat o en diferents espais emblemàtics de cultura, lleure natura i biodiversitat. BSM actualment inclou:

- BSM marca corporativa
- Serveis de mobilitat i cura de la ciutadania i l'espai públic: AREA, Aparcaments, Spro, Smou, Bicing, Endolla, Estació del Nord i Estació de Fabra i Puig, Grues, Zona bus i Agents Cívics
- Lleure, cultura, natura i biodiversitat: Port Olímpic, Park Güell, ZOO, Anella Olímpica, Fòrum i Parc d'Atraccions Tibidabo.

<https://bsmsa.cat/>

Cementiris de Barcelona, S.A. és una empresa del grup B:SM, que gestiona els nou cementiris de la ciutat de Barcelona, Montjuïc, Poblenou, Sant Andreu, Les Corts, Collserola, Horta, Sants, Sarrià i Sant Gervasi, així com el centre de cremació situat a Montjuïc.

<https://cementiris.ajuntament.barcelona.cat/es/inicio>

2.- OBJECTE

L'objecte del present contracte consisteix en homologar proveïdors per a la prestació de serveis d'estratègia de comunicació i relació amb els mitjans; comunicació interna i transformació cultural i produccions audiovisuals.

L'homologació va dirigida a agències de comunicació que puguin cobrir aquestes necessitats.

En aquest sentit, BSM han convocat un procediment de contractació comú per a l'adjudicació d'aquestes tipologies de serveis vinculades a les necessitats sobre Comunicació i Relacions institucionals de l'entitat. En conseqüència, els serveis reclamats per les diferents unitats de BSM durant el període de vigència de l'Acord Marc, seran realitzats pels homologats del present procediment.

El present Acord Marc es licita conjuntament de manera transversal per motius d'eficiència administrativa i tècnica.

En aquest sentit els Lots 1 i 2 anirán destinats a BSM, mentre que el Lot 3 prestarà serveis a les dues societats (BSM i CBSA).

Les principals tasques que s'hauran de desenvolupar per la prestació d'aquest servei es detallen a continuació a **títol orientatiu sense tenir caràcter limitatiu**:

➤ **Lot 1: Estratègia de Comunicació i Relació amb els mitjans**

Desenvolupament d'estratègies de comunicació, gestió de relació amb els mitjans, posicionament institucional, gestió de crisis i assessorament estratègic. Conceptualització i disseny de campanyes de comunicació reputacionals i de prestigi, a més de l'elaboració de Continguts.

- Creació, desenvolupament i actualització de plans estratègics de Comunicació
- Assessorament permanent en posicionament institucional i reputacional
- Campanyes de reputació i/o prestigi
- Proposta de narrativa estratègica i missatges clau
- Gestió directa de relació amb mitjans (Trobades, exclusives, entrevistes, etc).
- Disseny de plans de comunicació de Crisis
- Elaboració d'argumentaris i Q&A
- Monitorització de percepció pública i cobertura qualitativa
- Informes d'oportunitats mediàtiques i riscos reputacionals
- Elaboració de notes de premsa i difusió de la comunicació
- Contacte i convocatòria de mitjans de comunicació i altres prescriptors
- Suport a l'organització d'esdeveniments per a premsa
- Creació de Bases de dades de mitjans generalistes i especialitzats
- Assessorament en la definició de l'estratègia de comunicació dels negocis de BSM
- Disseny i conceptualització de campanyes de Comunicació Corporativa
- Redacció de materials informatius i comunicatius
- Disseny estratègic i suport en l'execució d'accions de comunicació i RRPP
- Presentació, difusió, conceptualització i estratègies de relacions públiques
- Creació, redacció i assessorament de materials corporatius.
- Realització d'informes de resultats de cobertura mediàtica
- Creació d'storytelling
- Contacte amb influencers a xarxes socials

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació.

➤ **Lot 2: Comunicació Interna i Transformació cultural**

Suport integral a l'Àrea de Comunicació Interna de BSM en la definició i execució d'una estratègia de comunicació interna alineada amb el propòsit, els valors i la cultura corporativa de l'empresa.

- Redacció de textos i comunicats interns adaptats a cada canal i audiència.
- Creació de materials visuals i audiovisuals per a una comunicació clara i atractiva.
- Disseny i execució de campanyes internes creatives i transversals.
- Suport en el desplegament i dinamització de la nova intranet.
- Gestió i actualització dels canals interns (intranet, pantalles, newsletters, Teams).
- Desenvolupament d'estratègies d'employee branding per potenciar la marca interna i reforçar l'orgull i compromís dels treballadors a través de la creació d'una comunitat BSM
- Organització de continguts i logística per a esdeveniments corporatius.
- Elaboració de protocols de comunicació per a situacions internes diverses.
- Creació de materials d'acollida per a noves incorporacions.
- Impuls de programes d'ambaixadors interns
- Programes de formacions en comunicació
- Disseny de plantilles i recursos reutilitzables per a la comunicació interna.
- Planificació editorial i gestió del calendari comunicatiu intern.
- Producció de campanyes de reconeixement a persones i equips.
- Disseny d'eines de participació i recollida de feedback dels treballadors.
- Suport en l'elaboració de documents corporatius clau.
- Adaptació de continguts segons col·lectius i canals interns.
- Monitoratge de l'impacte de les comunicacions amb informes periòdics.
- Anàlisi de resultats de les accions de comunicació amb mètriques clau.
- Desenvolupament de protocols de crisi i resposta comunicativa immediata.
- Creació i guionatge de vídeos corporatius per a missatges estratègics.
- Producció i edició de vídeos interns amb contingut audiovisual divers.
- Disseny de vídeos breus i visuals per a pantalles i canals digitals.

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació.

➤ **Lot 3: Produccions audiovisuals**

Conceptualitzar, planificar, produir i lliurar continguts audiovisuals que responguin als objectius comunicatius, comercials o institucionals de BSM. Combina creativitat, tècnica i gestió per transformar idees en peces visuals i sonores adaptades a diferents formats i canals (televisió, xarxes socials, cinema, esdeveniments, etc.).

- Vídeos promocionals i publicitaris.
- Spots per a televisió i plataformes digitals.
- Vídeos corporatius i de branding.
- Documentals i reportatges.
- Vídeos formatius, tutorials i e-learning.
- Clips per a xarxes socials i campanyes digitals.
- Vídeos musicals i concerts.
- Animacions explicatives o infografies animades.
- Contingut per a esdeveniments (streaming, vídeos de presentació).
- Vídeos institucionals i presentacions empresarials.
- Testimonis i entrevistes.
- Vídeos per a aplicacions i videojocs (cinemàtiques, tràilers).
- Creació de jingles i bandes sonores originals.
- Producció de podcasts i continguts sonors.
- Assessorament en estratègies de comunicació audiovisual.
- Gestió i publicació a plataformes digitals.
- Serveis de subtitulació i doblatge.
- Producció i lloguer de recursos tècnics (il·luminació, càmeres).
- Serveis de transmissió en directe (live streaming).
- Creació de realitat virtual (VR) i realitat augmentada (AR).
- Càpsules de 5", 10", 20"
- Cobertura esdeveniment
- Creació peces audiovisuals per a XXSS (GIF's, JPEG)
- Càpsula 20" fins a 40"
- Càpsula 1' a 3'
- Falca de ràdio
- Adaptació de formats per a diferents suports (horitzontal, vertical, 4K, etc.)

Algunes de les tasques esmentades anteriorment, segons el projecte, poden incloure consultoria, execució i implementació.

S'inclouen treballs de produccions audiovisuals que no vagin lligats de una campanya, és a dir, vídeos puntuals. Adjuntem una relació de tipologia de peces/serveis amb caràcter merament orientatiu sense tenir caràcter limitatiu:

- Càpsula 5", 10", 20"
- Creació vídeo corporatiu

- Cobertura esdeveniment
- Creació peces audiovisuals per a XXSS (GIF's, JPEG)
- Càpsula 20" fins a 40"
- Càpsula 1' a 3'
- Falca de ràdio
- Adaptacions dels continguts audiovisuals
- Animacions per a presentacions

4.- RECURSOS HUMANS DESTINATS AL CONTRACTE

L'empresa adjudicatària es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin necessaris per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessària per l'assoliment de resultats.

L'empresa adjudicatària ha de designar un responsable únic per tenir informada la Direcció de Comunicació i Relacions Institucionals de BSM.

Hi haurà reunions, a demanda del responsable del contracte i es definirà a cada derivat la periodicitat. Es farà un repàs exhaustiu de cadascuna de les accions i campanyes, així com del calendari de treball, i establir prioritats d'acord amb les necessitats de termini de lliurament de les accions. Es farà també un seguiment dels objectius i els assoliments de cada acció.

Correspon a l'adjudicatari desenvolupar les tasques derivades de l'objecte del contracte i establir les prioritats i el mètode de treball.

La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció el valida i conforma la Direcció de Comunicació i Relacions Institucionals de BSM.

Correspon a l'empresa adjudicatària del present contracte la direcció i supervisió creativa, per la qual cosa es requereix que l'empresa porti la infraestructura necessària i els perfils professionals adequats per dur-les a terme i donar servei a encàrrecs que es facin de forma simultània.

4.1.- Horari de prestació del servei

Quan les necessitats així ho requereixin, el servei ha de donar cobertura de dilluns a divendres en horari de 9.00h a 17.00h.

Donada les característiques de la comunicació i la urgència i poca previsió de les necessitats derivades, pot ser necessari donar cobertura del serveis sol·licitats en caps de setmana i/o festius en horari de 9h a 21h.

4.2.- Lloc de prestació del servei

Les entitats contractants podran sol·licitar en qualsevol moment que part dels serveis sol·licitats es duguin a terme des de les seves pròpies dependències de manera presencial.

5.- IDIOMA

Les peces de comunicació i accions de comunicació hauran de ser com a mínim en català. BSM determinarà cada campanya o peça de comunicació en quins idiomes s'haurà de traduir, podent-se demanar fins a 4 idiomes diferents.

La empresa adjudicatària serà responsable de les traduccions i adaptacions als diferents idiomes així com garantir la correcció ortogràfica i gramatical a tots els idiomes amb una empresa oficial de traduccions.

Així mateix, l'empresa contractista assumeix l'obligació de destinar a l'execució del contracte els mitjans i el personal que resultin adients per assegurar la correcció lingüística de les prestacions objecte del servei.

6. PECES A ENTREGAR

Una vegada finalitzat el projecte s'hauran d'entregar les arts finals i les peces en obert i ben empaquetades amb tots els links inclosos.

En el cas de les peces audiovisuals també s'hauran d'entregar sempre tots els vídeos en brut.

7. TARGETS A IMPACTAR

Es definirà en funció de cada necessitat de comunicació.

En general: ciutadania, clientela, Ajuntament de Barcelona, treballadores i treballadors

de BSM i entitats col·laboradores.

8.- CONFIDENCIALITAT I PROPIETAT INTEL·LECTUAL

Compliment de les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals, i del reglament que la desenvolupa, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació.

Les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal.

8.1.- Clàusula de propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empara d'aquest contracte pertany a les entitats contractants, de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament a la Direcció de cadascuna de les entitats contractants.

8.2.- Clàusula de confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzar per la Direcció de les entitats contractants.

8.3.- Clàusula de protecció de dades de caràcter personal

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que resideixen en les instal·lacions informàtiques de la de les entitats contractants, i a les quals es considera que el personal de l'empresa adjudicatària pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat en la Llei orgànica Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals.

Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació dels arxius de la de les entitats contractants que puguin fer els tècnics de l'adjudicatària. També està estrictament prohibida qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació d'arxius de la Direcció de les entitats contractants i sense l'autorització del seu personal intern.

Seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.

Un cop signat el contracte d'adjudicació, i abans que s'iniciï el servei, el personal de l'adjudicatari que portarà a terme el servei objecte d'aquest contracte haurà de ser clarament advertit sobre aquests temes, com també qualsevol tècnic que es pugui incorporar a la prestació d'aquest servei posteriorment.

La Direcció de les entitats contractants es reserva el dret d'establir qualsevol tipus de marcatge dels seus fitxers, de manera que les seves característiques es puguin constituir com a prova que possibiliti localitzar l'origen i els responsables de les eventuais cessions.

9 . EQUIP DE TREBALL BASIC NECESSARI ASSIGNAT

Els licitadors hauran d'aportar una declaració en la que es comprometin, en cas de ser adjudicataris, a l'adscripció dels mitjans personals per a l'execució del contracte, a efectes de l'article 76.3 de la LCSP, que es concretin en cadascun dels derivats.

En tot cas, els professionals proposats hauran de comptar amb la titulació adient per executar els treballs que són objecte d'aquest Acord Marc d'acord amb la documentació tècnica que s'incorpora i amb la descripció dels treballs.

Seran admeses les titulacions que, en el marc dels treballs a desenvolupar i que són descrits en la documentació tècnica que integra l'Acord Marc i que es desprenen de les actuacions pròpies dels mateixos, es corresponguin amb les indicades, tot i que puguin diferir en nomenclatura, per motius de titulacions homologades en l'àmbit europeu o bé per la nova denominació que pugui haver assignat el nou pla de carreres universitàries.

L'equip mínim s'especificarà en cada un dels derivats. A títol merament orientatiu i no limitatiu, sense implicar que els que s'enumeren a continuació es sol·licitin posteriorment. Es podran sol·licitar alguns dels següents dels perfils.

1. Lot 1: Estratègia de Comunicació i Relació amb els mitjans

- Perfil de **Executiu/va de compte junior** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostaria.
- Perfil de **Responsable de compte senior** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Ha de dur a terme les tasques de gestió

i coordinació amb els diferents referents de BSM i l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació d'equips, així com la gestió econòmica i contractual.

- Perfil de **Director/a de compte** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Han de fer la tasca de creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.

2. Lot 2: Comunicació Interna i Transformació cultural

- Perfil de **Copywriter / Executiu/va de compte junior** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. Tasques de seguiment, supervisió i implementació de les diferents peces creatives, gestió de la campanya, gestió pressupostaria. Conceptualització d'informació i de redacció publicitària
- Perfil de **Responsable de compte senior** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Ha de dur a terme les tasques de gestió i coordinació amb els diferents referents de BSM i l'empresa adjudicatària. Així com la supervisió, gestió i coordinació d'equips, així com la gestió econòmica i contractual.
- Perfil de **Dissenyador** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Dominar els programes de disseny multimèdia i de producció, post-producció de vídeos i experiència en el tractament d'imatges.
- Perfil de **Director/a d'art** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Han de fer la tasca de creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.
- Perfil de **Director/a de compte** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Han de fer la tasca de creació, producció creativa a nivell d'art de les campanyes i peces digitals.

3. Lot 3: Produccions Audiovisuals

- Perfil de **Tècnic/a de So** amb una antiguitat mínima acreditada de 5 anys d'experiència. S'encarrega de la captació, control i edició del so en produccions audiovisuals, assegurant la qualitat sonora. Col·labora amb l'equip tècnic per garantir una experiència auditiva òptima.
- Perfil de **Editor/a de Vídeo i Postproducció** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Edita i dona forma final als continguts audiovisuals, integrant imatge, so, efectes i gràfics. Supervisa el flux de postproducció per garantir coherència narrativa i tècnica.

- Perfil de **Realitzador/a o Director/a Audiovisual** amb una antiguitat mínima acreditada de 8 anys d'experiència. Dirigeix la posada en escena i coordina l'equip tècnic i artístic durant la producció. Vetlla per la qualitat visual i narrativa del projecte audiovisual.
- Perfil de **Director/a de Producció** amb una antiguitat mínima acreditada de 10 anys d'experiència. Planifica i gestiona els recursos humans, tècnics i econòmics d'una producció audiovisual. Assegura el compliment de terminis, pressupost i qualitat del projecte.

Altres perfil que es podran sol·licitar:

- **Director/a creatiu/va digital:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de participar en la definició de l'estratègia de la campanya i accions digitals, dirigir els equips creatius, liderar i supervisar la tasca de creativa, supervisar la producció creativa a nivell d'art.
- **Redactor/a creatiu/va digital:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Ha de fer la tasca de conceptualització d'informació i de redacció publicitària.
- **Redactor branded content per suports digitals:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Han de fer la tasca de conceptualització de continguts, per suports web i branded content per altres suports.
- **Senior Planner:** Ha de tenir un mínim de 5 anys d'experiència en aquestes funcions. Tasques d'estratègia, anàlisis i benchmark
- **Documentalista:** Ha de tenir un mínim de 3 anys d'experiència en aquestes funcions. Experiència en la cerca d'imatges.

10. REQUERIMENTS MÍNIMS

LOT 1: ESTRATÈGIA DE COMUNICACIÓ I RELACIÓ AMB ELS MITJANS

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 1 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de totes les peces de comunicació per un professional o empresa especialitzada.

- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui a les comunicacions. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
- Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Comunicació Relacions Institucionals de BSM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5)

LOT 2: COMUNICACIÓ INTERNA I TRANSFORMACIÓ CULTURAL

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 2 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació per un professional o empresa especialitzada.
- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies que inclogui als dissenys. El preu de compra/realització de totes les fotografies, il·lustracions o altres recursos gràfics estaran inclosos als pressupostos dels derivats.

- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències de màrqueting digital, productores, estudis de so, etc.
- L'agència s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que la Direcció de Comunicació que l'Ajuntament designi, si aquest fos el cas.
- Un cop finalitzada la campanya, l'agència ha d'emplenar les diferents fitxes tècniques de la campanya i enviar-les, juntament amb els originals de campanya (arts finals i arxius oberts), a la Direcció de Comunicació Relacions Institucionals de BSM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5)

LOT 3: PRODUCCIONS AUDIOVISUALS

Les empreses que licitin per homologar-se al LOT 3 hauran de complir amb els requeriments que tot seguit s'indiquen, ja que es considera que els mateixos són imprescindibles per poder dur a terme les tasques que formen el LOT.

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica, gramatical, semàntica i d'estil de tots els textos que s'incloguin a les produccions audiovisuals per un professional o empresa especialitzada.

- L'agència s'encarregarà de tractar i editar les fotografies, videos i so que inclogui les produccions audiovisuals. El preu de compra/realització de totes les fotografies, altres recursos gràfics, dietes i desplaçaments estaran inclosos dins els pressupostos dels derivats.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per a tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit.
- L'agència estarà disposada, en tot moment, a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en el cas que sigui necessari.
- Un cop finalitzat l'encàrrec, l'agència ha d'enviar els originals (arts finals i arxius oberts), i peces en brut dels rodats a la Direcció de Comunicació Relacions Institucionals de BSM.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació (els trobareu en els enllaços següents):
 - Tots els manuals d'identitat gràfica:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
 - En concret el de comunicació:
 - <http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5).

Barcelona,

Joan Muñoz Bertolin
Cap d'àrea de Comunicació Interna i Projectes
Barcelona de Serveis Municipals, S.A.